



# Eventyrlig sterk internasjonal gjennomslagskraft som europeisk kulturhovedstad

Bodø og Nordland har skrevet kulturhistorie som Europas første region nord for polarsirkelen utpekt til europeisk kulturhovedstad i 2024. En ny analyse viser at Bodø2024-prosjektet har resultert i over 4500 internasjonale medieoppslag og en estimert annonseverdi på 599 millioner norske kroner. Det bekrefter en betydelig global synlighet og hvordan kulturhovedstadsstatusen har styrket regionens posisjon som både reisemål og kulturell aktør.

– Den omfattende internasjonale medieoppmerksomheten viser at vi har klart å engasjere og begeistre, og samtidig etablere regionen som en relevant og attraktiv aktør, både som reisemål og kulturarena, sier Helge Grønmo, kommunikasjons- og markedsjef i Bodø2024 IKS.

## **Imponerende medieeffekt og bred internasjonal interesse**

Bodø og Nordland tok over stafettpinnen som kulturhovedstad i selskap med Tartu i Estland og Bad Ischl i Østerrike, og har gjennom over tusen arrangementer og produksjoner vist frem sin unike arktiske identitet. Den internasjonale omtalen er overveldende positiv, med 89,3 prosent av medieoppslagene vurdert som positive. Blant noen av de mest anerkjente publisitetene finner vi globale aktører som Die Welt i Tyskland, Forbes og BBC, noe som understreker prosjektets brede og internasjonale gjennomslag.

Parallelt har reiselivseffektene vært betydelige. I en tid preget av global usikkerhet og skjerpet konkurranse, har Nord-Norge opplevd markant vekst. Reiselivstallene for 2024 viser en økning på 15 prosent i kommersielle gjestedøgn i Nordland, langt over landsgjennomsnittet. I Bodø har antallet gjestedøgn økt med 28 prosent blant norske besøkende, og hele 59 prosent blant internasjonale turister.

Kultur har vist seg å være en kraftfull inngangsport til nye reisemotiver og bredere attraksjon. Økt turiststrøm har stimulert lokaløkonomien, styrket små og mellomstore bedrifter, og bidratt til etableringen av nye, helårlige tilbud. – Bodø2024 har vært en drivkraft for den positive utviklingen innen reiselivet både i regionen og i Nord-Norge. Kulturprogrammet har tilført ny energi til næringen og bidratt til økt attraktivitet, sier Siw Sandvik, leder for PR og kommunikasjon i NordNorsk Reiseliv.

### **Økt næringslivseffekt og langsiktig verdiskaping**

Den økte besøksaktiviteten har skapt positive økonomiske effekter for lokale bedrifter innen handel, servering, transport og opplevelsesnæringer. Samtidig har samarbeidet med Visit Norway, Visit Bodø og lokale aktører sikret god mottakelse av internasjonale pressebesøk, som i 2024 utgjorde en betydelig del av promoteringen av Nord-Norge som reisemål.

Bodø2024 har vist at en kulturhovedstad ikke er et endepunkt, men en investering i fremtiden. Den styrkede posisjonen internasjonalt gir grunnlag for nye former for samarbeid, tiltrekker kompetanse og kapital, og styrker regionens rolle i det europeiske kulturlandskapet.

– Bodø2024 har utviklet seg til å bli en plattform for endring. Vi har vist at en region langt mot nord ikke bare kan delta i, men også forme det europeiske kulturlivet. Dette er starten på et nytt kapittel der kultur, reiseliv og næringsliv virker sammen for å styrke Nord-Norges plass i Europa, avslutter Helge Grønmo.

*Pressebilder kan [lastes ned her](#).*



#### **Helge Grønmo**

Kommunikasjons- og markedsjef  
Bodø2024 IKS

Telefonnummer: +47 913 07 953

E-post: [helge.gronmo@bodo2024.no](mailto:helge.gronmo@bodo2024.no)



#### **Siw Sandvik**

Leder PR og kommunikasjon  
NordNorsk Reiseliv

Telefonnummer: +47 947 93 075

E-post: [siw@nordnorge.com](mailto:siw@nordnorge.com)